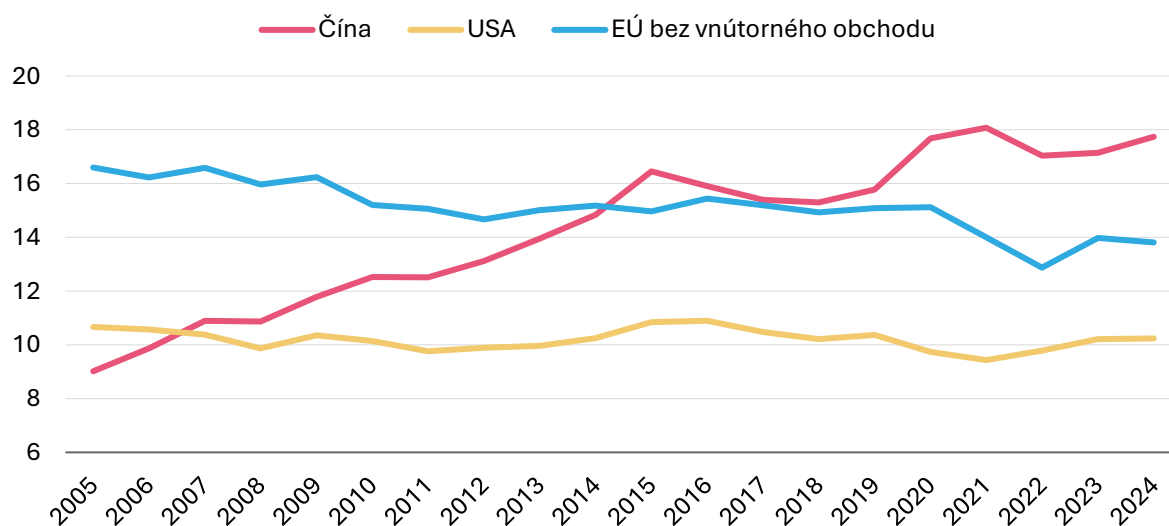


EÚ už nie je najväčší hráč na svetovom trhu s tovarmi. Dôvodom je konkurencia z Číny, ktorá produkuje moderné výrobky pri nízkych cenách. Dôsledkom je stagnácia nemeckej ekonomiky aj vplyvom problémov v automobilovom priemysle. Z čistého dovozcu áut sa Čína stala v priebehu piatich rokov čistým vývozcom, ktorého trhoví podiel vo svetovom obchode s autami je aktuálne už na úrovni Japonska. Čínske automobilky dnes ovládajú 2/3 domáceho trhu, kým pred pandémiou ovládali len vyše tretiny. Hoci podiel slovenského vývozu áut do Číny dosahuje len 8 %, finálny dopyt z Číny je pre slovenský autopriemysel úrovňou rovnako dôležitý ako ten z Nemecka a USA. Pre SR bude náročné obstáť v tejto konkurencii, avšak výhodou by pre nás mohla byť nižšia nákladovosť výroby v porovnaní so závodmi v západnej Európe.

Európa už nie je najväčší hráč na svetovom trhu s tovarmi. Kým medzi rokmi 2012 až 2019 bol podiel EÚ a Číny na svetovom obchode takmer rovnaký, po pandémii začala EÚ strácať a Čína získavať (Graf 1). Aktuálne tvorí podiel EÚ na svetovom obchode s tovarom asi 14 %, čo je síce viac ako v USA, ale menej než v Číne. Spoločný trh EÚ však patrí spolu s Čínou a USA k najväčším na svete. EÚ združuje približne 450 miliónov obyvateľov, čím prevyšuje aj americký 350-miliónový trh. Za svoju vysokú životnú úroveň do veľkej miery vďačí aj liberalizácií a globalizácií medzinárodného obchodu. Otvorenosť EÚ je na úrovni približne 20 % svojho HDP, čo je podobne ako v Číne, zatiaľ čo v prípade USA je to len asi 10 %.

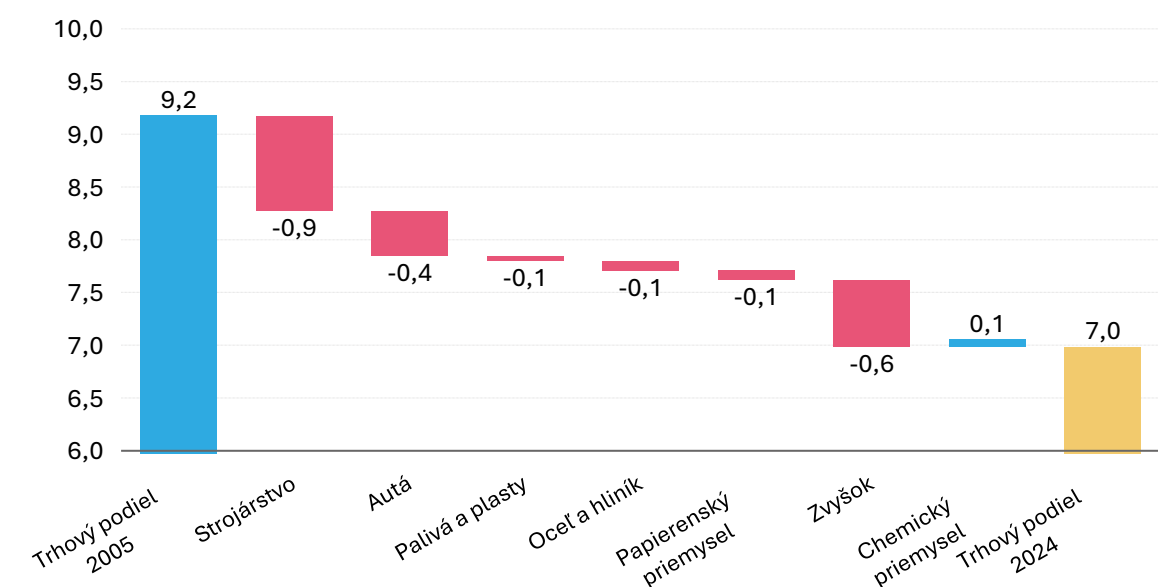
Graf 1: Čína získala dominantné postavenie vo svetovom obchode a obsadila trhy (podiel exportov na svetovom importe, upravené o vnútorný obchod EÚ, %)



Zdroj: vlastné výpočty podľa Trade Map, IFP

Hlavným motorom exportu v EÚ je Nemecko, ktorého ekonomika v posledných rokoch stagnuje najmä kvôli konkurencii z Číny. Najväčšia ekonomika Európy svoje hospodárstvo vybudovala na silnej priemyselnej výrobe určenej pre svetový trh. Kým pomer exportov tovarov ku službám dosahuje v USA približne 2 ku 1, v Nemecku je to 3 ku 1. Hoci je Nemecko nominálne treťou najväčšou ekonomikou sveta, podiel exportu na jeho HDP dosahuje 45 %, teda výrazne viac ako v prípade USA a Číny. Hlavným vývozným artiklom sa popri rôznych strojárenských produktoch stali automobily. Externé šoky a rapídny rast čínskej konkurencie však oslabili postavenie krajiny, ktorá od pandémie ekonomicky nerastie a stráca podiel na svetovom obchode. Trhový podiel Nemecka v obchode s autami sa od roku 2005 zmenšil o pätinu, zatiaľ čo v rovnakom období celkový obchodný podiel klesol až o štvrtinu (Graf 2).

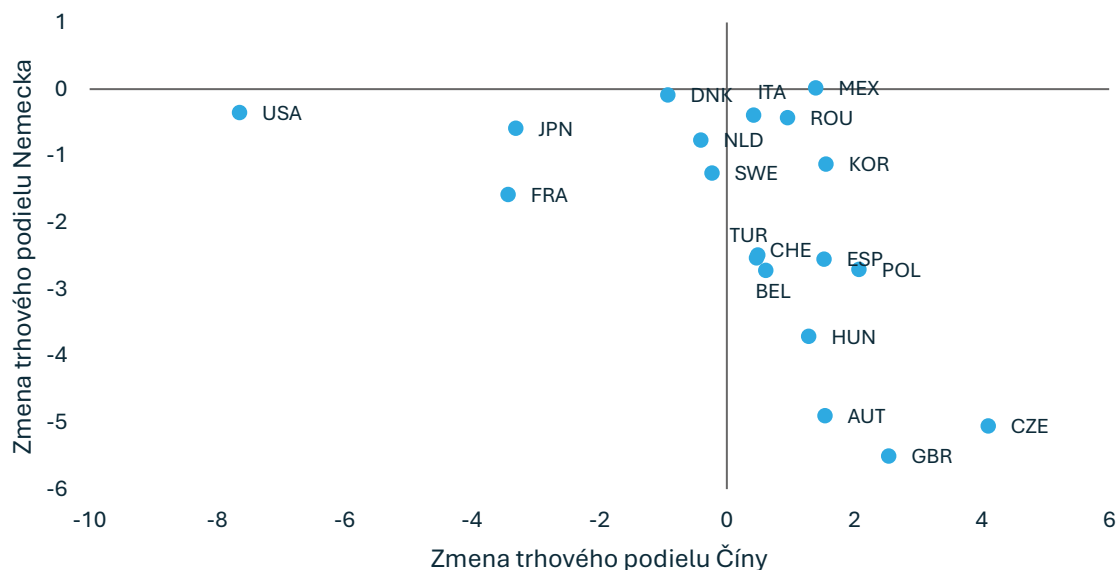
Graf 2: Nemecký podiel na svetovom obchode s tovarom klesol od roku 2005 takmer o štvrtinu (% a príspevky v p. b.)



Zdroj: vlastné výpočty podľa Trade Map, IFP

Čína je jedným z najdôležitejších odbytišťa Nemecka mimo EÚ, avšak v posledných rokoch sa nemecké exporty prepadli. Podiel tovarov smerujúcich do Číny na celkovom exporte Nemecka medzi rokmi 2005 a 2021 (kedy nominálne dosiahol svoje maximum) narástol z 2,7 % na takmer 8 %. Čína sa stala druhým najväčším obchodným partnerom Nemecka z prostredia mimo EÚ. Väčšinu exportu tvorili autá, ale aj iné tovary dlhodobej spotreby (napr. výrobné stroje a pod.) Od roku 2022 však nastal obrat, celkové nemecké exporty do Číny sa prepadli až o 20 % a podiel na vývoze klesol pod 6 %. Dovozy nemeckej industriálnej výroby umožnili Číne expanziu na medzinárodnom trhu, ktorej dopomohla aj rastúca sofistikovanosť čínskych výrobkov. Tie začali Nemecko vytláčať z niektorých jeho hlavných exportných trhov najmä v Európe (Graf 3). V USA sa Číne nedarilo v dôsledku rastu protekcionistických opatrení. Popri rôznej strojárenskej výrobe sa však v Číne rozvinula aj rastúca automobilová výroba.

Graf 3: Čína začala vytláčať Nemecko z jeho najdôležitejších exportných trhov (medzi rokmi 2023 a 2015, p. b.)

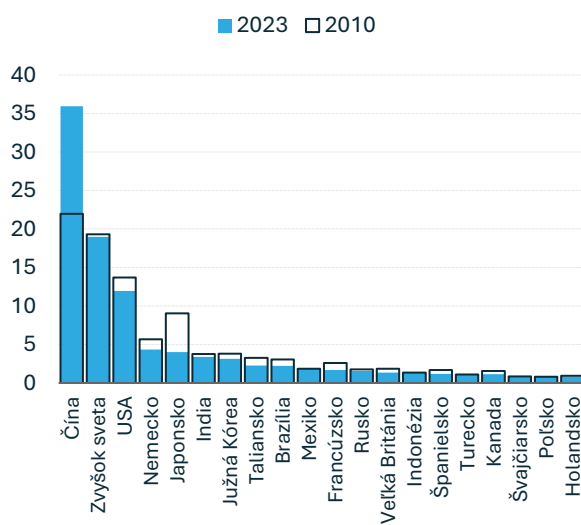


Zdroj: vlastné výpočty podľa UN Comtrade, IFP
Pozn.: zmena medzi rokmi 2015 a 2023, najväčší obchodní partneri Nemecka

ČÍNA SA NAUČILA VYRÁBAŤ AUTÁ NA 1000 %

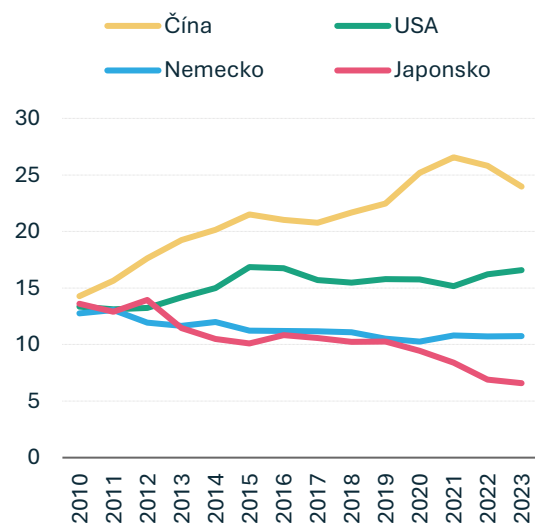
Hoci sa autá v Číne vyrábali aj pred rokom 2019, po roku 2019 začala Čína prudko zvyšovať export áut, dovozy naopak klesajú a domáce značky vytláčajú z trhu zahraničných výrobcov. Obchodná bilancia s automobilmi sa z deficitu 38 mld. USD v 2019 prehupla do prebytku 52 mld. USD v 2024. Z čistého dovozcu sa tak stal za pár rokov čistý vývozca v enormnom meradle. Čína dnes dominuje priemyselnej výrobe s podielom vyše 35 % a v automobilovom sektore s podielom okolo 25 % (Graf 4 a Graf 5).

Graf 4: V priemyselnej výrobe Čína dominuje svetu (podiel na celosvetovej výrobe v spracovateľskom priemysle, v %)



Zdroj: Eurostat, IFP

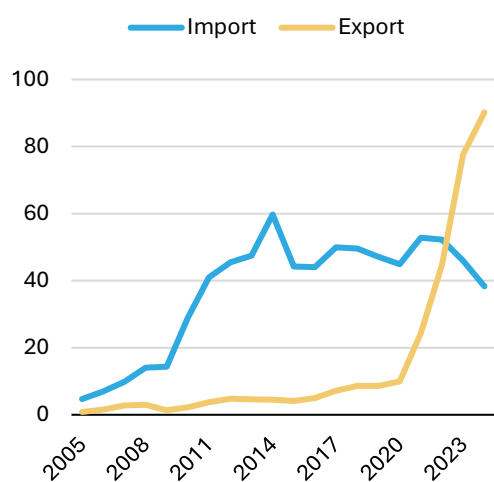
Graf 5: Čína výrazne zvýšila aj výrobu áut (podiel dopravných prostriedkov na celosvetovej výrobe, v %)



Zdroj: Eurostat, IFP

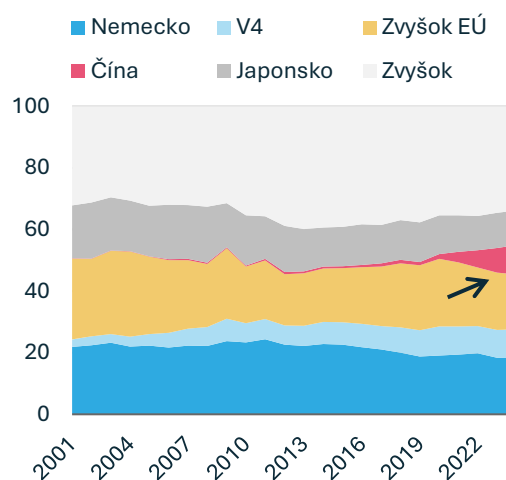
Export áut z Číny medzi 2019 a 2024 stúpol 10-násobne o takmer 1000 % a drví konkurenciu (Graf 6). Svetový export áut pritom stúpol v rovnakom čase v bežných cenách o 24 %. Pred pandémiou 19. najväčší exportér automobilov, ktorého podiel na svetom trhu nedosahoval ani tretinu slovenského, tak vyskočil na 3. miesto.¹ Podiel čínskeho vývozu áut na svetovom exporte (áut) stúpol v podstate z ničoho pred pandémiou na 9,5 % v roku 2024 (Graf 7). Najväčšie straty obchodných podielov v tomto období utrpeli EÚ, Kanada, Japonsko, USA a Spojené Kráľovstvo. Napr. nemeckí vývozcovia strácajú najviac tam, kde najviac získava Čína (Graf 8). Podiel áut na celkovom čínskom exporte je však pritom aktuálne len 2,5 %. Ak by v budúcnosti dosiahol 10 %, teda výšku akú pozorujeme v Japonsku alebo v Južnej Kórei, podiel Číny na svetovom exporte áut by presiahol podiel EÚ, ktorý aktuálne dosahuje asi 19 % (po odčítaní intra-EÚ obchodu).

Graf 6: Čína sa v priebehu niekoľkých rokov stala čistým exportérom automobilov...
(bežne ceny v mld. \$, kategória osobné vozidlá)



Zdroj: TradeMap, IFP

Graf 7: ...a nadobudla podobne veľký trhoví podiel ako Japonsko
(trhové podiely v kategórii osobné vozidlá, %)

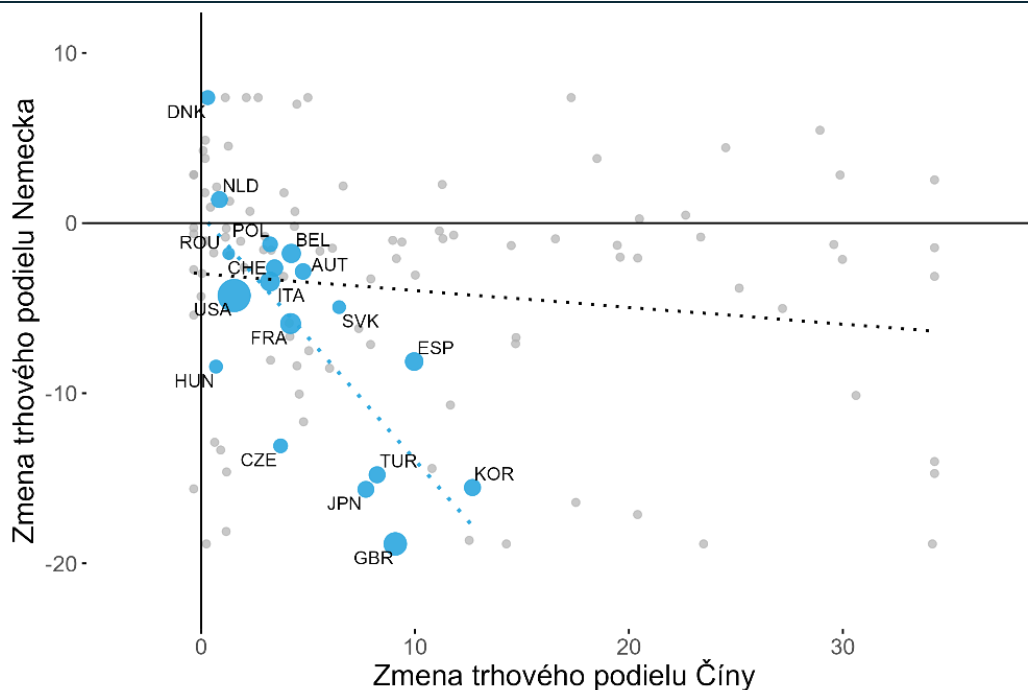


Zdroj: TradeMap, IFP

¹ Vývoz je pritom diverzifikovaný: asi 19 % smeruje do EÚ, 17 % do Ruska, 10 % na arabský polostrov, po cca. 4 % idú do USA, Mexika, Austrálie, či Brazílie a zvyšok je roztrúsený po Ázii a Južnej Amerike.

Čínsky dovoz automobilov pritom výrazne klesá, čo dodatočne sťažuje situáciu výrobcov v EÚ. V roku 2019 tvoril čínsky dovoz približne 7 % hodnoty svetového dovozu áut, avšak v 2024 je to už menej ako 4 %. Podiel dovozu áut do Číny klesol o takmer polovicu, čo sa nestalo v žiadnej významnej ekonomike vo svete. Situácia by nebola alarmujúca, keby sa európskym značkám darilo v Číne aspoň rozširovať výrobu a predávať na domácom trhu priamo. To sa však nedeje.

Graf 8: Čínske autá vytláčajú nemecké (p. b.)



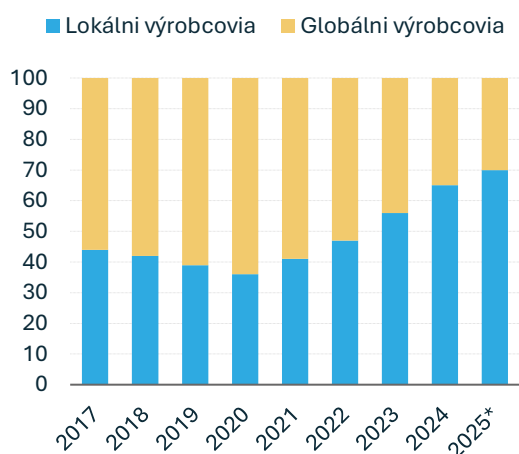
Zdroj: vlastné výpočty podľa UN Comtrade, IFP

Pozn.: zmena medzi rokmi 2015 a 2024 v kategórii osobných vozidiel, modré guľičky znázorňujú najdôležitejších nemeckých obchodných partnerov, veľkosť guľičky indikuje dôležitosť trhu pre Nemecko

Čínske značky ovládli domáci trh. Číňania prestali kupovať zahraničné značky automobilov, ktorých predaje sú v súčasnosti už v menšine. V roku 2019 obsluhovali zahraničné značky vyše 60 % čínskeho trhu, v roku 2024 to bolo už len 35 % (Graf 9). Rast predajov lokálnych značiek dosiahol v minulom roku 23 %, kým nemecké, japonské a americké automobilky dvojciférne strácali. Pri tejto rýchlosti môžu byť do 2030 zahraničné značky na čínskom trhu úplne irelevantné.

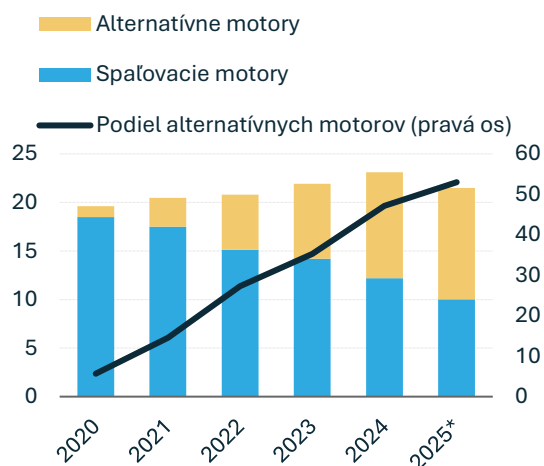
Čínske domácnosti masívne nakupujú elektromobily a hybridy, ktorých predaj už prevyšuje tradičné spaľovaky. Čína prechádza rapidnou zelenou transformáciou automobilizmu a elektromobily si vyrába doma. Jedným z dôvodov rýchlej zmeny môže byť aj fakt, že batériové elektromobily obsahujú menej komponentov a sú tak jednoduchšie na vývoj a výrobu. Podiel predajov elektromobilov a hybridov v Číne dosiahol v druhej polovici roku 2024 vyše 50 % (Graf 10). Pred pandémiou bol pritom prakticky nulový. Pre porovnanie v EÚ to bolo v 2024 asi 55 % a v USA len 22 %. Spomínaný pokles dovozu automobilov do Číny sa pritom z veľkej časti týka vozidiel so spaľovacím motorom, ktoré tvoria približne 85 % tohto úbytku. Tento vývoj odráža rastúci domáci dopyt po zelených alternatívach a zároveň naznačuje slabý záujem o zahraničné modely ekologických automobilov.

Graf 9: Domáce značky získavajú v Číne stále väčší podiel (%)



Pozn.: Dáta za rok 2025 sú za obdobie jan-nov
Zdroj: CPCA, Automobility, IFP

Graf 10: ...a podiel predajov áut s hybridným a elektrickým pohonom prudko stúpa (mil. ks)

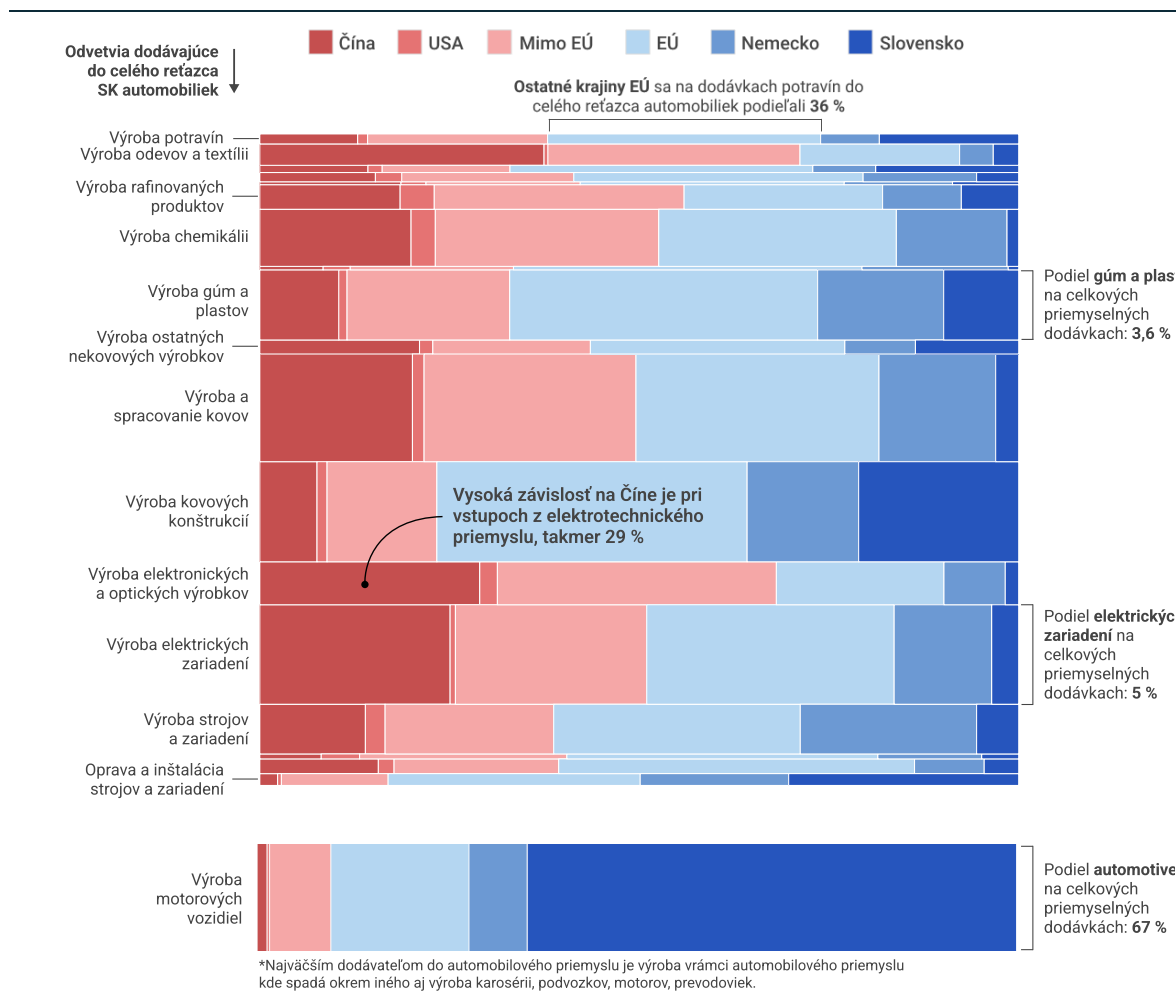


Pozn.: Dáta za rok 2025 sú za obdobie jan-nov
Zdroj: CAAM, Automobility, IFP

OKREM VPLYVU ČÍNY AUTOPRIEMYSLE TRPÍ PONUKOVÝMI AJ DOPYTOVÝMI ŠOKMI

Zaseknuté dodávateľské reťazce vyhnali ceny áut do výšin a ešte aj dnes prerušujú výrobu. Spotrebiteľské ceny áut v EÚ aj v USA už od 2021 stúpili do 2024 o vyše štvrtinu, vrátane jazdených áut. Dôvodom sú dodávateľské reťazce, ktoré sa počas pandémie narušili a po otvorení ekonomík sa neboli schopné plne skoordinať. Nižšia ponuka automobilov nedokázala uspokojiť vysoký dopyt počas pandémie, čo vytlačilo spotrebiteľské ceny nahor. Výrobné ceny automobilov sa významne nezvýšili. Aj dnes musia automobilky prerušovať výrobu, napríklad v dôsledku nedostatku čipov. Slovenský autopriemysel je pritom najviac závislý na dodávkach z Číny práve pri vstupoch z elektrotechnického priemyslu (Graf 11).

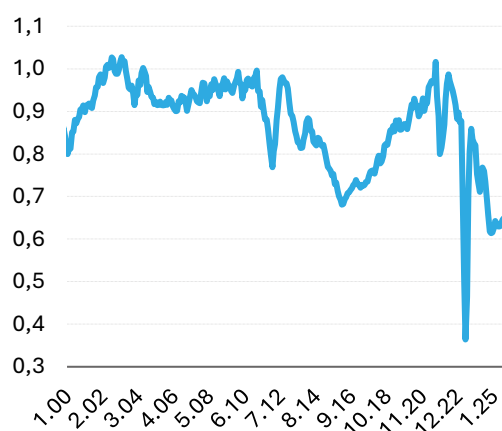
Graf 11: Štruktúra dodávateľských odvetví do slovenského autopriemyslu ukazuje na vyššiu závislosť na dodávkach z Číny pri vstupoch z elektrotechnického priemyslu (2023)



Zdroj: Eurostat, IFP

Dopyt po automobiloch v EÚ zároveň oslabil a registrácie dlhodobo klesajú. Jedným z dôsledkov strácania trhových podielov Nemecka na úkor Číny je prirodzene nižší výkon nemeckej ekonomiky a teda nižšie príjmy a nižšia spotreba domácností. To sa premieta aj do nižších nákupov automobilov. Nákupy áut v EÚ27 (v stálych cenách) dobehli úroveň z roku 2019 až v roku 2024. K tomuto výpadku však treba ešte pripočítať výpadok investičných nákupov automobilov firmami a podnikateľmi. Tie sú v celej EÚ27 zhodou okolností hodnotovo rovnako veľké ako výdavky domácností a objemovo zaostávajú za rokom 2019 o vyše 5 %. Celkové registrácie áut v EÚ sa pritom od pandémie stále nezotavili a zaostávajú o približne 24 % (Graf 12). Európske automobilky tak zažívajú dvojité šok, kedy ochladol záujem o ich produkty na tradičnom európskom aj rastovom ázijskom trhu.

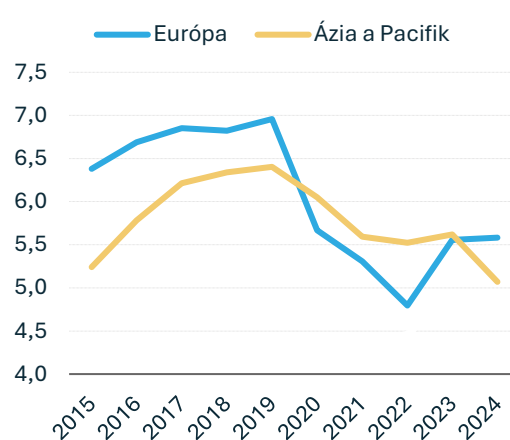
Graf 12: Registrácie automobilov sa v eurozóne od pandémie nezotavili a na dlhodobý priemer strácajú takmer štvrtinu (mil. ks, mesačne)



*sezónne očistené

Zdroj: ACEA, IFP

Graf 13: Ku klesajúcemu trhu v EÚ sa pridal aj pokles predajov nemeckých automobiliek v Ázii (mil. ks, ročne)



Zdroj: účtovné závierky VW, Mercedes, BMW, IFP

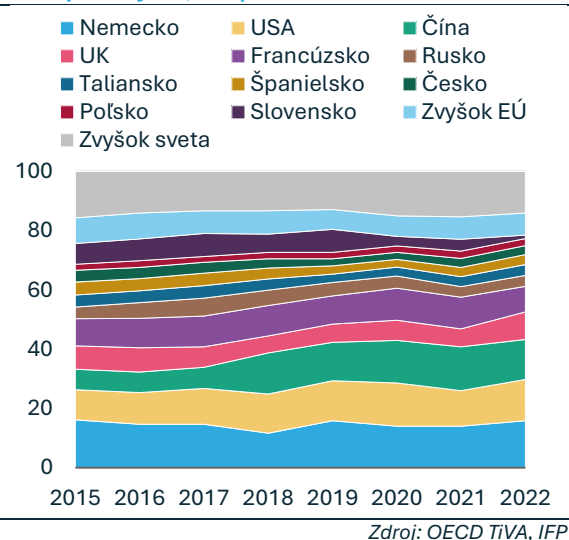
Kým v nových členských štátoch EÚ sa výdavky na nákup áut zvyšujú, v západnej Európe záujem o automobily po pandémii upadol. Nové členské štáty postupne konvergujú v počte áut na obyvateľa k západnej Európe, kde však registrácie áut dlhodobo klesajú. Nákupy áut domácnosťami (v stálych cenách) v starej EÚ12 ešte ani v roku 2024 nedobehli úroveň z roku 2019 a zaostávajú o 2 %. Ešte žalostnejšie vyzerajú investičné nákupy áut, ktoré v porovnaní s rokom 2019 klesli vo Francúzsku o 9 %, Nemecku o 12 %, Holandsku o 20 %, v Španielsku o 25 % v Írsku až o 33 %.

ČO NÁS ČAKÁ A NEMINIE

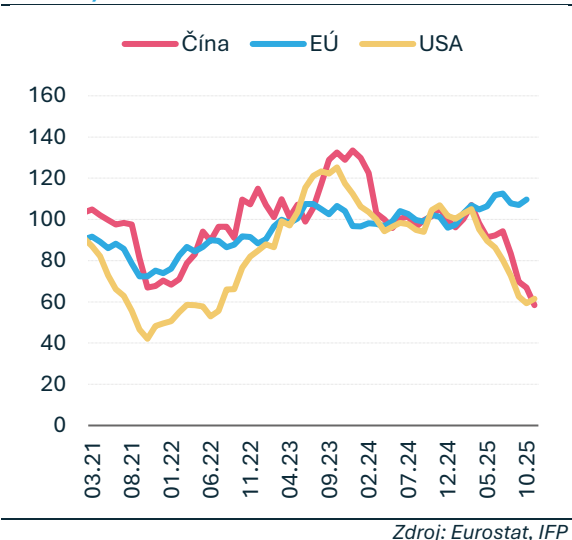
Nemecké automobilky budú doma strácať a brániť sa budú zvyšovaním efektívnosti a hľadaním spolupráce s čínskymi automobilkami. Nemecká ekonomika od roku 2019 stagnuje a ďalší vývoj pravdepodobne ovplyvní strácanie konkurenčných výhod a trhových podielov v prospech Číny. Nemecko tak môže čakať pokles priemyselnej výroby a prechod na ekonomiku zameranú viac na služby, tak ako sa to stalo aj v prípade iných vyspelých krajín (UK, FR). Zároveň však budú čínske automobilky prenikať do EÚ aj formou investícií, aby obišli colné bariéry.

Pre slovenskú výrobu je rizikom, že čínsky spotrebiteľský trh je veľkosťou takmer rovnako významný ako nemecký a americký (Graf 14). Navyše sa riziko čínskej konkurencie spája s rastom dovozných ciel do USA, čo naše automobilky výrazne pocítujú (Graf 15). Napriek tomu, že do Číny smerovalo zo Slovenska priamo len približne 8 % vyvezených áut, kým do Nemecka 24 %, čínsky finálny dopyt po slovenskej automobilovej výrobe (resp. po jeho pridanej hodnote) dosahuje približne 14 %. To je rovnako ako nemecký a americký dopyt. Vysvetlením je, že časť nášho exportu do Nemecka, či už v podobe plnohodnotných áut alebo komponentov, putuje ďalej, napr. do Číny, ktorá potom vytvára v štatistikách zahraničného obchodu dojem menšej dôležitosti.

Graf 14: Dopyt z Číny a USA je pre slovenské automobilky rovnako dôležitý (podiel na pridanej hodnote v slovenskom autopriemysle, v %)



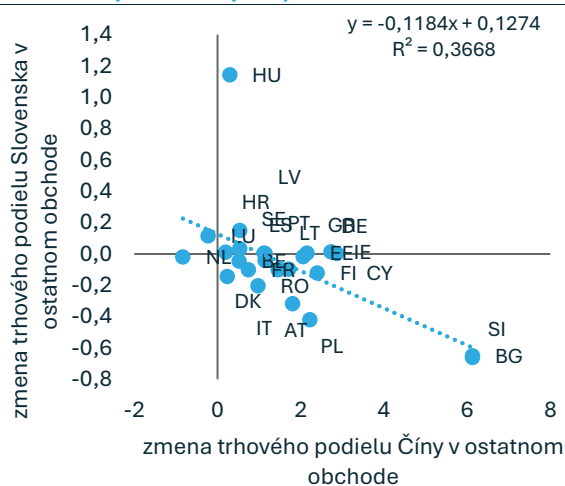
Graf 15: Slovenský export áut a komponentov do USA a Číny následkom ciel a čínskej konkurencie prudko oslabil (index 100 = 2024, 6m MA)



Na trhoch EÚ slovenský export od roku 2019 strácal práve tam, kde získala trhové podiely Čína. Týka sa to najmä produktov mimo automobilov, kde je odhad celkom spoľahlivý (Graf 16). V trhových podieloch s automobilmi je v odhade menej spoľahlivosti (Graf 17), avšak vzťah je silou rovnaký v oboch kategóriách: zvýšenie trhového podielu Číny o 1 p.b. vedie k poklesu trhových podielov SR o 0,1 p.b. Priemerný podiel SR na trhoch EÚ bol pritom v roku 2024 asi 1 %, takže prísť o 0,1 p.b. znamená prísť o 10 % trhu, čo je relatívne veľa. V kategórii automobilov však trhové podiely SR v štátoch EÚ stúpili, čo môže signalizovať odolnosť našich výrobcov.

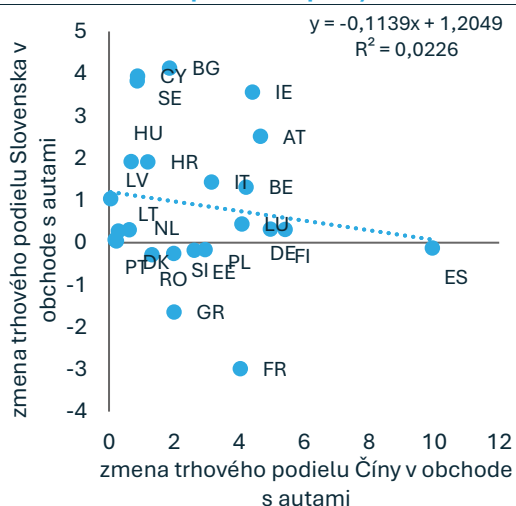
Vplyv na slovenskú ekonomiku však nemusí byť iba negatívny. Nemecké automobilové koncerny budú hľadať cesty k efektívnejšej výrobe ako konkurovať Číne. To môže znamenať presun výroby do najefektívnejších závodov nielen v Číne, ale aj v rámci EÚ, z čoho by mohlo profitovať Slovensko. Fabriky v SR sú totiž nákladovo efektívnejšie. Faktom však je, že značná časť dodávateľov bude v SR kvôli Číne pod tlakom. Na Slovensku je dlhodobá na nemecký dopyt naviazaných približne 13 % pridanej hodnoty v priemysle a približne 6 % pridanej hodnoty v celej ekonomike. Ide najmä o firmy, ktoré sú súčasťou dodávateľských reťazcov automobiliek pôsobiacich u nás. Veľkosť tohto problému môže pritom prevýšiť spomínané benefity z presunu investícií na Slovensko. Kým pomer exportu tovarov ku službám dosahuje v Nemecku 3 ku 1, v SR je to takmer 8 ku 1, čo je s výrazným nárastom najviac v EÚ.

Graf 16: V produktoch mimo automobilov SR stráca európske trhy v prospech Číny (zmena trhového podielu v p. b.)



Zdroj: UN Comtrade, IFP

Graf 17: V obchode s autami si SR udržuje trhové podiely a súvis s Čínou nie je robustný (zmena trhového podielu v p. b.)

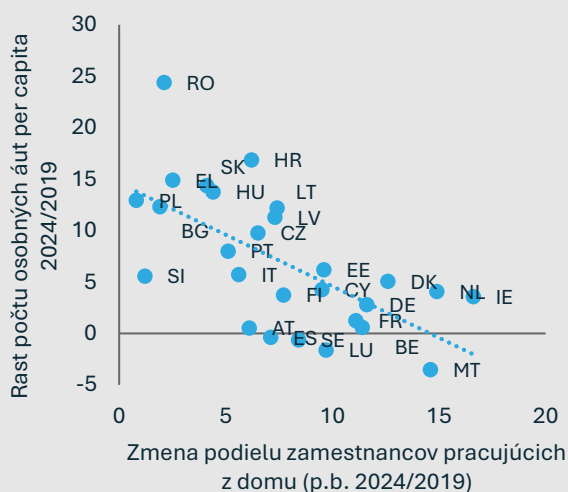


Zdroj: UN Comtrade, IFP

BOX: ČÍM VIAC Z DOMU, TÝM MENEJ V AUTE

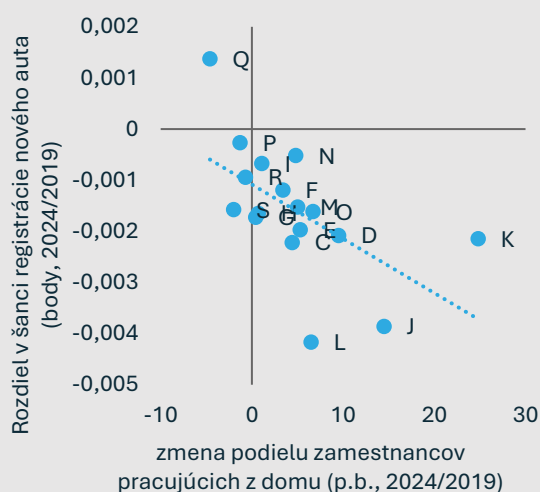
Jedným z dôvodov nižšieho záujmu o automobily môže byť aj viac práce z domu. Prieskum medzi obyvateľmi vybraných európskych miest z roku 2021 naznačoval, že ľudia pracujúci z domu mali počas pandémie väčší záujem o kúpu auta, hoci znížili jeho využívanie ([Vega-Gonzalo et al. 2023](#)). Avšak paradoxne v štátoch, kde do roku 2024 najviac stúpila práca z domu (oproti roku 2019) počet automobilov rástol najpomalšie. Tento negatívny vzťah platí aj po zohľadnení rastu disponibilných príjmov a rôzneho počtu automobilov na hlavu pred pandemiou.² Aj na Slovensku medzi rokmi 2019 a 2024 platilo, že čím viac sektor zvýšil podiel ľudí pracujúcich z domu (napr. sektor J: ICT), tým menej si zamestnanci tohto sektora registrovali nových áut (Graf 19). Rovnako aj údaje zo sčítania obyvateľstva v Kalifornii ukazujú, že porovnateľné domácnosti, ktoré pracujú z domu, vlastnia menej automobilov, než ostatné domácnosti. Pandémia pritom tento rozdiel ešte zvýraznila ([Schouten, 2025](#)).

Graf 18: V štátoch s najväčším nárastom práce z domu bol záujem o autá najnižší



Zdroj: Eurostat, IFP

Graf 19: V SR bol v sektoroch* s vyšším podielom práce z domu nižší záujem o autá



Zdroj: VZPS, SP, evidencia vozidiel Policajný zbor SR, IFP
Pozn.: písmená na grafe zobrazujú NACE kód sektorov

² Pre posilnenie kauzality medzi pracou z domu a rastom počtu automobilov sme zvolili metódu 2SLS, kde sme inštrumentovali prácu z domu potenciálom práce z domu z roku 2019 (viď [Bruegel](#) a *technical teleworkability index* podľa [Sosterio et al., 2023](#)). 1 p.b. zvýšenia podielu zamestnancov pracujúcich z domu znížil rast počtu áut na hlavu o 1,43 p.b. ($p=0,000$).

Literatúra

Bruegel Dataset (2023), „Uptake and inequality of telework dashboard“, verzia 14 February 2023.

Schouten, A. (2025), „Income, work-from-home, and vehicle ownership in California during the COVID-19 era“, Urban Transitions.

Sostero, M., et al. (2023), „Teleworkability and the COVID-19 crisis: potential and actual prevalence of remote work across Europe“, IZA Journal of Labor Policy.

Vega-Gonzalo, M., Gomez, J., Christidis, P. (2023), „How has COVID-19 changed private car use in European urban areas? An analysis of the effect of socio-economic characteristics and mobility habits“, Transportation Research Part A: Policy and Practice.